

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет географічний
Кафедра туризму та готельного господарства

СИЛАБУС
нормативної навчальної дисципліни
ТУРОПЕРЕЙТИНГ

підготовки бакалавра

спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа

освітньо-професійної програми Готельно-ресторанна справа

Луцьк – 2020

Силабус навчальної дисципліни «ТУРОПЕРЕЙТИНГ» підготовки бакалавра, галузі знань 24 Сфера обслуговування, спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа, за освітньо-професійною програмою Готельно-ресторанна справа.

Укладач: Терещук Оксана Степанівна, кандидат географічних наук, доцент.

Силабус навчальної дисципліни затверджено на засіданні кафедри туризму та готельно-ресторанного господарства
протокол № 1 від 28 серпня 2020 р.

Завідувач кафедри:



Ільїн Л.В.

I. Опис навчальної дисципліни
„Туроперейтинг ”
(рік викладання 2022-2023н.р.)

Денна форма навчання

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма Освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		Денна форма навчання
Кількість кредитів – 5	Галузь знань: 24 Сфера обслуговування Спеціальність: 241 Готельно-ресторанна справа Освітньо-професійна програма: Готельно-ресторанна справа	Нормативна
Модулів – 2		Рік підготовки – 3
Змістових модулів – 2		Семестр – 5
ІНДЗ: є		Лекції – 36 год.
Загальна кількість годин – 150		Практичні – 36 год.
Тижневих годин: аудиторних – 3	Бакалавр	Самостійна робота – 68 год.
		Консультації – 10 год.
		Форма контролю: іспит
Мова навчання		Українська

II. Інформація про викладача

Викладач: Терещук Оксана Степанівна, кандидат географічних наук, доцент

Контактна інформація викладача:

Телефон 0632286740

Електронна пошта: t.oksana777@eenu.edu.ua

Адреса викладання курсу: вул. Потапова, 9, корпус С СНУ імені Лесі Українки

Кафедра – туризму та готельного господарства

Факультет – географічний

III. Опис дисципліни

1. Анотація курсу

Навчальна дисципліна „Туроперейтинг” є невід'ємною частиною програми підготовки фахівців з туризму. Актуальність даного курсу зумовлено необхідністю впровадження у господарську діяльність вітчизняних туристичних підприємств різноманітних практик сучасної туристичної діяльності, формування концепції відповідального просування на ринок туристичних послуг. На практичних заняттях студенти навчаються працювати в команді та зможуть використовувати у своїй діяльності ефективний інструментарій туроперейтингу з метою успішного функціонування туристичного підприємства в умовах мінливого ринкового середовища.

2. Пререквізити і постреквізити дисципліни

Пререквізити: „Основи туризмознавства”, „Екскурсознавство та музеєзнавство”, „Організація готельного господарства”, „Організація ресторанного господарства”, „Географія туризму”.

Постреквізити: „Маркетинг туризму та готельно-ресторанного господарства”, „Рекреаційні комплекси”, „Готельна індустрія”, „Міжнародний туризм”.

3. Мета і завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни – формування у майбутніх фахівців сфери туризму знань та системного мислення щодо організації туроператорського бізнесу, оволодіння праксеологічними навичками взаємодії суб'єктів туристичного ринку з метою створення якісного турпакету, схеми його просування та реалізації; оволодіння правилами формування програм туристичного обслуговування, документального забезпечення процесів створення, комплектування, реалізації турів та планових турпакетів; організації обслуговування туристів.

Завдання курсу:

- набуття компетентностей на основі засвоєння основних теоретичних положень та придбання необхідних практичних навичок, що дозволяють ефективно застосовувати основні положення туроперейтингу в організації дієвої системи взаємодії між усіма суб'єктами туристського ринку;
- надання студентам чіткого уявлення про сутність туроперейтингу та агентського бізнесу в туризмі;
- ознайомлення студентів з видами та змістом різних видів туроперейтингу;
- набуття студентами професійних знань та навичок щодо розробки та організації виконання програм перебування туристів.
- формування у студентів системи знань і вмінь зі створення турпродукту туристичного підприємства та формування його асортименту
- розкриття змісту технологічних ланок створення турпродукту.

В результаті вивчення даного курсу студент повинен знати:

- права і обов'язки туристів;
- технологію та організацію туристських подорожей;
- ліцензійні умови здійснення туроператорської діяльності;
- правила та порядок оформлення туристських документів;
- туристські формальності та порядок їх виконання;
- правила та порядок страхування в туризмі;
- умови забезпечення й виконання претензійної роботи в туризмі;
- особливості проектування туристичного продукту;
- організацію обліку і контролю надання послуг, оформлення туристської звітності;
- оформлення туристської звітності
- визначення та забезпечення безпеки туристських подорожей.

вміти:

- формувати пакетні та індивідуальні програми туристського обслуговування з використанням ресурсного потенціалу дестинації, (регіону, району, країни);
- організовувати взаємодії між всіма учасниками туристського ринку, формувати нормативно-правове забезпечення співпраці;
- моделювати програми туристського обслуговування за різною метою подорожей, типом клієнтури, наявних туристських атракцій;
- застосовувати графо-аналітичні моделі програм туристського обслуговування;
- оформлювати туристську документацію;
- організовувати облік і контроль надання послуг;
- застосовувати нові форми та методи обслуговування в туризмі, розробляти основні напрями удосконалення та підвищення ефективності організації роботи суб'єктів туристичної індустрії.

4. Результати навчання (компетентності).

Протягом вивчення дисципліни „Туроперейтинг” у бакалаврів повинні сформуватися такі компетентності:

Туризм

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК 04. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу;
ЗК 07. Здатність працювати в міжнародному контексті;
ЗК 08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
ЗК 14. Здатність працювати в команді та автономно.

Фахові компетентності (ФК)

ФК 15. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності;
ФК 16. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
ФК 19. Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів;
ФК 20. Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного);
ФК 21. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту;
ФК 27. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації;
ФК 30. Здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу.

Програмні результати навчання (РН)

РН 1. Називати та відтворювати основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів;
РН 2. Визначати зміст базових понять з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук;
РН 4. Пояснювати особливості організації рекреаційно- туристичного простору;
РН 6. Виявляти і пояснювати принципи і методи організації та технології обслуговування туристів;
РН 7. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт;
РН 8. Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися;
РН 13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей;
РН 21. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.

Готельно-ресторанна справа

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК 05. Здатність працювати в команді;

ЗК 07. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності;

ЗК 10. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;

ЗК 11. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

Фахові компетентності (ФК)

ФК 1. Розуміння предметної області і специфіки професійної діяльності;

ФК 13. Здатність здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу.

Програмні результати навчання (РН)

РН 16. Виконувати самостійно завдання, розв'язувати задачі і проблеми, застосовувати їх в різних професійних ситуаціях та відповідати за результати своєї діяльності;

5. Структура навчальної дисципліни

Структура навчальної дисципліни для денної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.	*Форма контролю/ Бали
Змістовий модуль I. Теоретичні основи туropolерейтингу. Турпроектування.						
Тема 1. Теоретичні основи туropolерейтингу	10	2	2	6		2
Тема 2. Організаційно-правові основи туropolерейтингу	10	2	2	6		3
Тема 3. Класифікація туropolераторів	10	2	2	6		
Тема 4. Туристичний продукт як результат діяльності туropolератора	12	2	2	6	2	3
Тема 5. Проектування туристичного продукту	16	4	4	6	2	3
Тема 6. Формування туристичного продукту	14	4	4	6		3
Разом за змістовим модулем 1	72	16	16	36	4	14
Змістовий модуль II. Прикладний туropolерейтинг						
Тема 7. Взаємовідносини туropolератора з постачальниками послуг	14	6	4	2		2
Тема 8. Договірні відносини в туropolерейтингу. Документообіг.	14	4	4	6		3
Тема 9. Методи просування туристичного продукту	10	2	2	4	2	3
Тема 10. Особливості роботи туropolератора з тур агентами. Стимулювання агентської діяльності.	12	2	2	4	4	2

Тема 11. Ціноутворення в туроперейтингу	12	2	4	6		2
Тема 12. Виставкова діяльність у туроперейтинга	8	2	2	4		2
Тема 13. Конфліктне середовище туроперейтинга	8	2	2	4		2
Разом за змістовим модулем 2	78	20	20	36	6	16
ІНДЗ						10
Самостійна робота						
Усього годин	150	36	36	68	10	40

Структура навчальної дисципліни для заочної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.	*Форма контролю/ Бали
Змістовий модуль І. Теоретичні основи туроперейтингу. Турпроектування						
Тема 1. Теоретичні основи туроперейтингу. Організаційно-правові основи туроперейтингу	16	2	2	12	2	4
Тема 2. Туристичний продукт як результат діяльності туроператора	18	2	2	14	2	3
Тема 3. Проектування туристичного продукту	16	2	2	12	2	3
Тема 4. Формування туристичного продукту	16	2	2	12	2	4
Разом за змістовим модулем 1	66	8	8	50	8	17
Змістовий модуль ІІ. Прикладний туроперейтинг						
Тема 5. Взаємовідносини туроператора з постачальниками послуг	22	4	4	12	2	3
Тема 6. Методи просування туристичного продукту	22	2	2	12	4	3
Тема 7. Ціноутворення в туроперейтингу	20	2	2	12	2	3
Тема 8. Конфліктне середовище туроперейтингу	20	2	2	10	2	4
Разом за змістовим модулем 2	84	10	10	46	10	13
ІНДЗ						10
Самостійна робота						
Усього годин	150	18	18	96	18	40

6. Завдання для самостійного опрацювання

№ з/п	Тема	Кількість годин	
		денна	заочна

		форма	форма
1	Країни Південної Європи як напрямок українського виїзного туризму	8	12
2	Країни Східної Європи як напрямок українського виїзного туризму	8	12
3	Країни Північної Європи як напрямок українського виїзного туризму	8	12
4	Туреччина як улюблений напрямок українських туроператорів	8	12
5	Країни Південно-Східної Азії як напрямок українського виїзного туризму	6	12
6	Країни Близького Сходу як напрямок українського виїзного туризму	8	12
7	Австрія, Швейцарія, Німеччина як напрямок українського виїзного туризму	8	12
8	Круїзний туроперейтинг	8	12
	Разом	66	96

IV. Політика оцінювання

Оцінювання знань студентів з навчальних дисциплін здійснюється на основі результатів поточного контролю й модульного контролю знань.

Результати поточного контролю: оцінки за виконання і захист студентом практичних робіт; оцінка за виконання й захист ІНДЗ; оцінка за виконання самостійної роботи.

Поточний контроль (max = 40 балів)												Модульний контроль (max = 60 балів)		Загальна кількість балів	
Модуль 1										Модуль 2	Модуль 3				
Змістовий модуль 1					Змістовий модуль 2							ІНДЗ	МКР 1		МКР 2
T 1 1	T 2	T 3	T 4	T 5	T 6	T 7	T 8	T 9	T 10	T 11	T 12				
2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	10	30	30	100

Відвідування занять є обов'язковим. Студенти зобов'язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом. У разі відсутності через хворобу надати відповідну довідку. Пропущені заняття відпрацьовувати під час консультацій. Студент повинен старанно виконувати завдання, брати активну участь у навчальному процесі.

Академічна доброчесність. Вимоги до академічної доброчесності визначаються „Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у науково-дослідній діяльності здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників СНУ ім. Лесі Українки”, що розміщується на сайті університету за посиланням: <https://ra.eenu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/11/Polozhennya-Antyplagiat.pdf>.

Політика щодо дедлайнів та перескладання. Терміни здачі практичних робіт, ІНДЗ, самостійної роботи повідомляє викладач на перших аудиторних заняття з дисципліни або прописує на інтернет-платформі курсу. Перескладання завдань поточного

контролю та модульного контролю при вивченні дисципліни „Туроперейтинг” узгоджується з політикою ЗВО.

V. Підсумковий контроль

Форма контролю – екзамен. В білеті 3 питання, кожне з яких оцінюється у 20 балів. За результатами підсумкового контролю від загальної суми балів, набраної студентом протягом семестру, віднімаються результати модульної контрольної роботи і додаються бали, набрані на екзамені. Переведення підсумкової семестрової оцінки, вираженої в балах, у оцінки за національною шкалою здійснюється відповідно до таблиці, розміщеної нижче.

Перелік питань до екзамену

1. Об'єкт, предмет та завдання туроперейтингу.
2. Туроператор як суб'єкт туристичного ринку.
3. Види туроперейтингу та туроператорів
4. Позиціонування турів та туроператорів
5. Співробітництво туроператора та іноземної тур-компанії на умовах туристичного кредитування
6. Типологія турів в залежності від цілей туриста
7. Основні потреби туристів, що надають перевагу відпочинку за кордоном та вимоги туроператорів що організовують такий відпочинок
8. Сегментація туристичного ринку за економічним принципом. Потреби туристів та вимоги до туроператорів відповідно до класу обслуговування.
9. Функції туроператора
10. Аутгоїнговий туроператор його види та форми
11. Профіль роботи туристичного туроператора та його напрями
12. Типологія турів в залежності від цілей туристів
13. Монопрофільні туроператори та їх переваги
14. Багатопрофільні туроператори та їх переваги
15. Фактори зовнішнього середовища туроперейтингу та їх класифікація
16. Особливості туроперейтинга як виду діяльності на туристичному ринку
17. Циклічність туроперейтингу
18. Концепція маркетингу в тур-плануванні. Маркетингове дослідження ринку та його етапи.
19. Сегментація туристичного ринку за географічним принципом. Потреби туристів та вимоги до туроператорів відносно кожного сегменту.
20. Сегментування туристичного ринку на принципах кількісної переваги туристів. Потреби туристів та вимоги до туроператорів відносно кожного сегменту
21. Вікове сегментування туристичного ринку. Потреби туристів та вимоги до туроператорів відносно кожного сегменту
22. Сегментування туристичного ринку за принципами туристичних уподобань. Потреби туристів та вимоги до туроператорів відносно кожного сегменту
23. Сегментація туристичного ринку за цілями туру. Потреби туристів та вимоги до туроператорів відносно кожного сегменту
24. Конкуренти туристичного оператора та їх поява на ринку.
25. Конкуренти туристичного оператора та їх типи.
26. Етапи конкурентного аналізу туроператорів та виявлення їх слабких та сильних сторін.
27. Фокус-групи та їх сегментування.
28. Визначення фокус-групи та її характеристика.
29. Диференціація пропозицій туроператорів на конкретному туристичному ринку
30. Методи ціноутворення туристичного продукту.
31. Схема роботи туроператора по організації та реалізації турів.

32. Переваги та недоліки організації роботи туроператора з використанням послуг мит-компанії.
33. Диференціація пропозицій туроператора на конкурентному туристичному ринку
34. Позиціонування турів і туроператорів на туристичному ринку
35. Основні помилки туроператорів при формуванні їх ринкової позиції
36. Основні етапи туристичного проектування
37. Переваги та недоліки організації роботи туроператора при прямій організації турів.
38. Переваги та недоліки організації роботи туроператора при непрямій організації турів.
39. Ідентифікація постачальників туристичних послуг для роботи туроператора
40. Схема співробітництва туроператора і іноземних meet-підприємств. Обов'язки туроператора та meet-підприємств
41. Правові документи міжнародного рівня, що регулюють контрактні взаємовідносини в туризмі.
42. Квотування як основна форма роботи туроператора. Види квот.
43. Принципи роботи туроператора з туристичними агентствами.
44. Формування асортименту туроператора
45. Види турагенств в залежності від ступеня залежності від туристичного туроператора.
46. Схеми роботи сучасного туроператора з підприємствами готельної індустрії
47. Блоки місць в готелях, їх характеристики та види. Поділ в залежності від умов продажу та ступеня ризику туроператора.
48. Робота туроператора з готельєром на комитмент-умовах.
49. Робота туроператора з готельєром на умовах елотмент
50. Робота туроператора з готельєром на умовах підвищеної комісії
51. Робота туроператора з готельєром на умовах безвідкличного та пріоритетного бронювання
52. Авіаквитки їх форми та блоки та умови бронювання. Тарифи та їх види, знижки та пільги на авіаквитки при регулярних перевезеннях.
53. Чартерні перевезення та замовники чартерних перевезень. Види чартерних програм.
54. Схеми взаємовідносин туроператора та залізниць. Обов'язки туроператора та перевізника перед туристами та перед замовником
55. Схеми взаємовідносин туроператора і судновласника. Обов'язки туроператора та перевізника перед туристами та перед замовником. Аналіз каютного фонду.
56. Ціноутворення круїзних турів та фрахтування круїзних суден. Обов'язки туроператора та перевізника перед туристами та перед замовником.
57. Схеми взаємовідносин туроператора і екскурсійної компанії. Вимоги до гідів його права та обов'язки перед туристами.
58. Схеми взаємовідносин туроператора і страхової компанії. Страхові програми та не страхові випадки в туроперейтингу.
59. Документообіг в туроперейтингу. Типи та види договорів та документів туроператора.
60. Стратегія туроперейтингу на туристичному ринку України.

VI. Шкала оцінювання

Оцінка в балах за всі види навчальної діяльності	Оцінка
90 – 100	Відмінно
82 – 89	Дуже добре
75 – 81	Добре

67 – 74	Задовільно
60 – 66	Достатньо
1 – 59	Незадовільно

VI. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна

1. Закон України «Про внесення змін до закону України «Про туризм» 18.11.2003 р., № 1282 – IV // Туристична діяльність в Україні: Нормативно – правове регулювання/ Роїна О.М. (2-е вид., змін. та доп.). – К.:КНТ,2006. – С. 5 – 29.
2. Бабарицька В. К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг / В. К. Бабарицька, О. Ю. Малиновська. – Київ: Вид-во Альтпрес, 2009. – 288 с.
3. Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. / Н.М. Ганич, Н. В. Антонюк, М. П. Мальська. – Київ: Знання, 2008 р. – 661 с.
4. Ильина Е. Туроперейтинг. Организация деятельности / Е. Н. Ильина – М.: ФиС, 2001. – 256 с
5. Кудла Н. Є. Управління якістю в туризмі : підручник / Н. Є. Кудла. - Київ : ЦУЛ, 2015.
6. Кусков А.С. Туроперейтинг : учебник. / А. С. Кусков, В. Л. Голубева. – М. : ФОРУМ, 2009. – 400 с.
7. Любіцева О.О. Методика розробки турів: навч. посіб. / О. О. Любіцева. – Київ: Альтерпрес, 2003. - 104 с.
8. Любіцева О. О. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник / О.О. Любіцева, В. К. Бабарицька. – Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – 335с.
9. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: шдручник. / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – Київ: Знання, 2008. – 661 с.
10. Михайліченко Г.І. Туроперейтинг : підручник / Г.І. Михайліченко. – К.: Київ. нац. тогр.-екон. ун-т, 2018. – 304 с.
11. Михайліченко Г. Л. Практика організації туристичних подорожей: навч. посіб / Г. Л. Михайліченко. – Київ: КНТЕУ, 2003. – 156 с.
12. Нездойминов С. Г. Основы круизного туроперейтинга : учеб. Пособие / С. Г. Нездойминов. - Херсон : Изд. Гринь Д. С., 2013.
13. Панченко Ю. В. Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму : навч. посіб. / Ю. В. Панченко, О. Є. Лугінін, С. В. Фомішин. Херсон : Олдіплюс, 2013.
14. Сокол Т. Г. Основы туристической деятельности: підручник / Т. Г. Сокол. – Київ: Грамота, 2006. – 264 с.
15. Ткаченко Т. Л. Сталий розвиток туризму: теорія, методолоія, реалії бізнесу: монографія / Т. Л. Ткаченко. – Київ: КНТЕУ, 2006. – 537 с.
16. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: навч. посіб / Н. В. Чорненька. – Київ: Атіка, 2006. – 254 с.
17. Ушаков Д. С. Стратегическое планирование в туризме / Д. С. Ушаков. М.: Феникс, 2007.– 288 с.
18. Ушаков Д.С., Инновации в туризме и сервисе. / Д. С. Ушаков, Н. Н. Малахова. – М. : Издательский центр МарТ, Феникс, 2010. – 256 с.
19. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посіб./ І. М. Школа. - Чернівці : Книги-XXI, 2005.

Додаткова

1. Драчева Е. Л. Экономика и организация туризма: международный туризм : учеб. пособие. / Е. Л. Драчева, Ю. В. Забаев, Д. К. Исмаев й др. [под ред. И.А. Рябовой. 3-е изд]. – М.: КНОРУС, 2007. – 576 с.

2. Ефремова М. Основы технологии туристического бизнеса. / М. 11 Ефремова. – М. : Ось-89, 2001. – 288 с.
3. Жарков Г. Н. Правовое обеспечение международного туризма : Учебно-практическое пособие / Г. Н. Жарков.- Киев : Кондор, 2004.
4. Ильина Е. Н. Основы туристической деятельности. / Е. И. Ильина. – М.: Сов. спорт, 2000. – 200 с.
5. Ильина, Е. Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы : учебник. / Е. Н. Ильина. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 192 с.
6. Кабушкин, Н. И. Организация туризма: учебник. / Н.И. Кабушкин, А.П. Дурович – М.: Новое знание, 2003. – 632 с.
7. Каурова А. Д. Организация сферы туризма. / А. Д. Каурова. – М. : Герда, 2008. – 368с.
8. Лисюк Т.В. Організація туристичних подорожей. (Туроперейтинг). Методичні рекомендації до практичних робіт. / Т.В. Лисюк , О.С. Терещук. Луцьк : ПП Іванюк В.П., 2020. 79 с.
9. Лисюк Т.В. Організація туристичних подорожей. (Туроперейтинг). Конспект лекцій. / Т.В. Лисюк , О.С. Терещук. Луцьк : ПП Іванюк В.П., 2020. 90 с.
10. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти), 3-є вид., перероб. та доп. / О. О. Любіцева. – Київ: Альтпрес, 2005. – 436с.
11. Маринин М. М. Туристские формальности й безопасность в туризме. / М. М. Маринин. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 144 с.
12. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: монографія / С.В. Мельниченко. – Київ: КНТЕУ, 2008. – 494 с.
13. Терещук О.С. Основні проблеми українського туроперейтингу / Оксана Терещук // Карпатський край. Наукові студії з історії, культури, туризму: журнал. – 2016 – №1 (8) – С. 168–175.
14. Терещук О.С. Організація туристичних подорожей і туроперейтинг / О.С. Терещук, Т.В. Лисюк // Причорноморські економічні студії: науковий журнал. – 2016. - №7 – С. 125-129.
15. Сокол Т. Г. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. / Т. Г. Сокол. – Київ: Рокор, 2001. – 200 с.

Інформаційні ресурси:

1. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Київ: НБУВ, 2013-2015. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua – Назва з екрана.
2. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.kmu.gov.ua
3. Офіційний сайт Державного агентства України з туризму і курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.tourism.gov.ua
4. Офіційний сайт Державної служби статистики в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.ukr.stat.gov.ua
5. Туристичний портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.tour.com.ua